|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ*****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ*** |
| **«Стратегический бренд-менеджмент»** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки/Специальность | Код 38.03.02 | наименование«Менеджмент» |
| Направленность (профиль)/Специализация | Бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | *указывается в соответствии с ФГОС ВО* |
| Форма(-ы) обучения | Очно-заочная |

*38.03.02 Менеджмент. Профиль: Бренд-менеджмент*

* + - 1. Учебная дисциплина (модуль) «Стратегический бренд-менеджмент» изучается в восьмом семестре.
			2. Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

## Форма промежуточной аттестации экзамен

## Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина (модуль) «Стратегический бренд-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

* + - 1. Целями изучения дисциплины (модуля) «Стратегический бренд-менеджмент» являются:
			* изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
			* изучение основ управления брендами в компаниях;
			* изучение особенностей управления созданием бренда;
			* формирование у обучающихся представления об оценке капитала бренда;
			* формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
			* формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине/модулю.
			1. Результатом обучения по дисциплине (модулю) является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины (модуля).

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** |
| ПК-1.Способен выполнять поиск, сбор и анализ информации для реализации функций бренд-менеджмента и проведения маркетингового исследования | ИД-ПК-1.2 Использование средств получения и обработки маркетинговой информации, используемой для проведения маркетингового исследования и повышения потенциала бренда. |
| ПК-2. Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач | ИД-ПК-2.2 Измерение имиджа бренда и организация взаимоотношений с потребителями. |
| ПК-3. Способен анализировать текущую рыночную конъюнктуру. | ИД-ПК-3.3 Использование инструментария маркетинга и бренд-менеджмента для формирования эффективных маркетинговых программ |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | *4* | **з.е.** | *144* | **час.** |